



F E N I K S

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de **FENIKS**.

Como elementos constitutivos establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de **FENIKS** necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

El Manual de la Marca debe ser por tanto una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, y su convivencia con sus Productos.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



F E N I K S

FENIKS es una empresa única, con una personalidad única.

Nuestro estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir el compromiso, la promesa que hacemos a cada una de nuestras audiencias.

Se ha creado para **FENIKS** una imagen corporativa que contiene todos los valores que queremos expresar a través de la marca.

HONESTA

Una empresa que apuesta por la confianza de sus beneficiarios y donadores con una estructura que muestra con claridad su compromiso con ellos.

ACCESIBLE

El medio digital en el que habita permite que cualquier persona con al menos un teléfono e internet pueda ayudar con un click.

RESPETO

Con el bienestar de las causas y donadores, a través de una excelente calidad de servicio e ideas innovadoras para apoyar a la sociedad.

Isotipo



Logotipo

F E N I K S

El identidad gráfica de **FENIKS**, representa la llama, el inicio de una ola que actualmente transforma y se adapta a una sociedad que está en un franco y absoluto cambio de paradigmas a los que debe adaptarse.

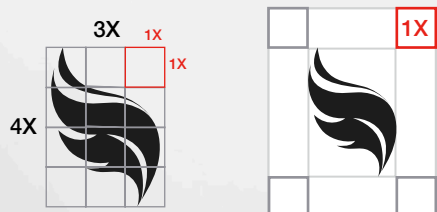
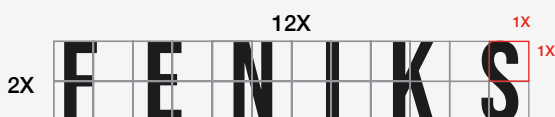
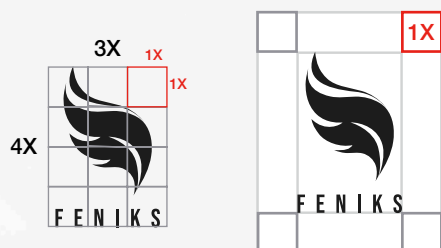
ISOTIPO

El isotipo es una abstarcción de un ala flameante, tiene líneas suaves y dinámicas que acerca al usuario a una marca cálida y en constante cambio.

LOGOTIPO

La tipografía delgada y espaciada en el logotipo de **FENIKS** otorga seguridad y confianza al espectador, es similar a un grupo de pilares y por lo tanto una base en cual sostener a su Isotipo.

El logotipo e isotipo pueden usarse por separado y ambos representan a la marca de manera oficial.



MODULACIÓN

IMAGOTIPO

El imagotipo se inscribe en una superficie modular de proporciones 3x4.

LOGOTIPO

El logotipo se inscribe en una superficie modular de proporciones 12x2.

ISOTIPO

El isotipo se inscribe en una superficie modular de proporciones 3x4. El valor mínimo al que puede someterse es de 1X, y es una versión especial de este mismo.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo, imagotipo e isotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

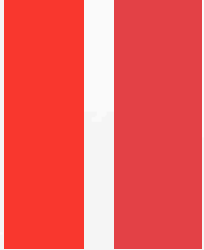
La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X", de Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).

El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

COLORES CORPORATIVOS

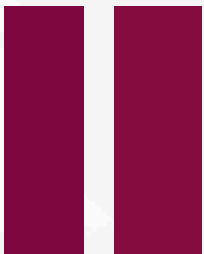


RGB CMYK



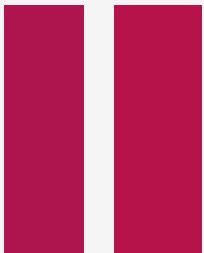
Pantone Red 032 CP

R 255 C 0
G 52 M 87
B 53 Y 73
#ff3435 K 0



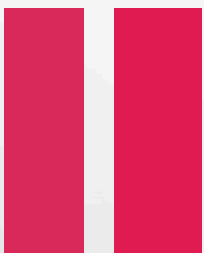
Pantone 208 CP

R 129 C 31
G 5 M 100
B 62 Y 41
#81053e K 39



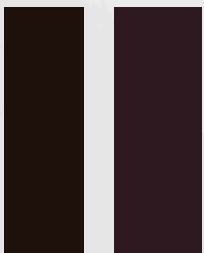
Pantone 7426 CP

R 179 C 21
G 19 M 100
B 76 Y 47
#63134c K 13



Pantone 1925 CP

R 223 C 4
G 38 M 94
B 88 Y 47
#df2658 K 1



Pantone Black 5 CP

R 30 C 63
G 18 M 72
B 13 Y 67
#1e120d K 89

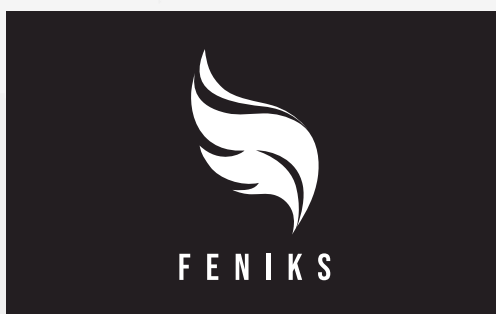
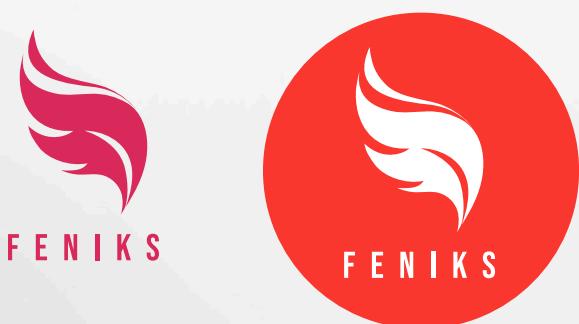
El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

Los pantones son un sistema de color que permiten hacer una aplicación de tinta directa, es decir un color específico que tiene muy poca variación en su impresión.

El color cuando está basado en CMYK es una combinación del porcentaje de cada una de las cuatro tintas que se usan para impresión, generalmente en offset.

Los colores RGB son para sistemas electrónicos como pantallas de televisión o computadoras, celulares o tablets, entre otros.

COLORES CORPORATIVOS



BEBAS NEUE REGULAR

AA ÁÁ BB CC DD EE ÉÉ FF GG HH II ÍÍ JJ KK LL MM NN
ÑÑ OO ÓO PP QQ RR SS TT UU ÚÚ VV WW XX YY ZZ
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ¡ ! \$ @

Euphemia UCas

Aa Áa Bb Cc Dd Ee Ée Ff Gg Hh Ii Íi Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Óo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Úu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ¡ ! \$ @



USOS INCORRECTOS

No girar



No cambiar el orden



No cambiar el orden



No cambiar sus proporciones



No distorsionar



No distorcionar ni alterar elementos



Para lograr una mejor comprensión de esta Manual, se exponen a continuación las definiciones más comunes de los términos empleados.

IMAGEN CORPORATIVA

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una Entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa.

IDENTIDAD CORPORATIVA

El conjunto de características específicas y personales de una Entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de los demás entes. El término Identidad Corporativa, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una empresa representa: sus productos, su comunicación, sus inmuebles...

IDENTIDAD VISUAL

La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la Identidad Corporativa en el plano del diseño.

LOGOTIPO O MARCA

La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

SÍMBOLO O ANAGRAMA

Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación.

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.